MERCADOS y Productos

- *153% creció la producción de vidrio y sus manufacturas en 1950-63*
- *La producción vidriera nacional redujo el valor de nuestra importación*
- *De 1959 a 1963 bajaron las importaciones de manufacturas de vidrio*
- *Se duplicó la exportación vidriera en el quinquenio de 1959-1963*

DEPARTAMENTO DE ESTUDIOS ECONOMICOS

Banco Nacional de Comercio Exterior, S. A.

LA INDUSTRIA VIDRIERA

LOS incrementos registrados en el volumen de la producción industrial de México, muestran claramente que esta actividad es un sector de gran dinamismo en el desarrollo económico del país.

En efecto, el volumen de nuestra producción industrial creció, en los últimos 13 años, a una tasa promedio del 11.7% anual, es decir, que el índice registrado en 1963 fue de 235 tomando como base el año de 1950.

Entre las ramas industriales que más contribuyeron a este incremento se encuentra la de manufacturas, la que arrojó un índice ligeramente superior al anotado para la industria en su conjunto y que fue de 244.

Ahora bien, considerando las diversas industrias que integran el rubro de manufacturas, encontramos que la fabricación de vidrio ocupa un lugar relevante, principalmente por lo que respecta al ritmo de incremento en su producción, el que supera en 2% al obtenido en la actividad industrial.

Esta industria gracias a sus constantes inversiones, destinadas a ampliar su capacidad, ha logrado incrementar y diversificar su producción y sus exportaciones.

Producción

La producción de vidrio y sus manufacturas registró para 1963 un incremento del orden del 153% con relación a 1950, sin embargo, dada la diversidad de artículos que se derivan de esta industria, es necesario hacer una somera clasificación de los principales, así tenemos que las líneas de mayor importancia son:

Envases. Esta línea comprende una gran variedad de artículos destinados a contener líquidos, granulados, pastas, polvos, etc.

Vidrio Plano. Comprende varios tipos de vidrios laminados como: vidrios planos en espesores de 2, 3, 4, 5 y 6 milímetros, que se utilizan en ventanas, vitrinas, aparadores, etc.; vidrio pulido para aparadores, en hojas hasta de 240 por 400 centímetros; vidrio cilindrado o labrado, que permite el paso de la luz aunque a través de él no puedan distinguirse los objetos, para uso en ventanas, puertas, lámparas, baños, etc., y finalmente, vidrio templado de seguridad, principalmente para automóviles.

Cristalería. La línea de cristalería que se fabrica en el país, es sumamente extensa y está compuesta principalmente por piezas de uso doméstico y ornamental, como vasos, jarras, copas, floreros, jarrones, ánforas, espejos, etc.

Vidrio químicamente neutro. Fabricado con propósitos especiales para envases de productos químicos y medicinales. Actualmente se producen en México sólo tubos blancos para ampolletas y comprimidos.

La producción de las líneas mencionadas presenta en los últimos 6 años, características diferentes, pues mientras la de vidrio neutro disminuyó en un 45%, la de cristalería se incrementó en 244%, la de envases en 33% y la de vidrio plano en 57%, como lo muestran las cifras del cuadro siguiente:

PRODUCCION NACIONAL DE ARTICULOS DE VIDRIO

(Miles de piezas)

Años	Envases	Cristalería	Vidrio neutro	Vidrio plano [1]
1958	584 523	58 884	341 171	5 313
1959	767 479	85 558	330 913	6 886
1960	687 661	195 500	319 870	7 278
1961	584 380	175 065	467 867	8 502
1962	740 528	184 753	150 368	9 513
1963	778 070	203 228 [2]	187 625	8 329

1 Miles de M2.
2 Estimación.
FUENTES: De 1958 a 1960, cálculo del Departamento de Estudios Financieros, Nacional Financiera, S. A.
De 1961 a 1963, Secretaría de Industria y Comercio, Dirección General de Estadística.

Los incrementos registrados en la producción de envases deben atribuirse a la mayor demanda de las industrias de productos alimenticios, cervecera, de refrescos y vitivinícola.

El vidrio plano fue objeto de mayor demanda por parte de las industrias de la construcción y automotriz.

La mayor diversificación en la producción de artículos de cristal ha determinado constantes aumentos en la producción de esta línea.

Por último, la producción de vidrio neutro se redujo, por razones de orden técnico, sin embargo en 1963 se nota cierta recuperación. Cabe aclarar que de acuerdo con información recabada en las empresas, la disminución en el período fue de un 29%, es decir, menor que la indicada por las estadísticas.

Comercio Exterior

No obstante los avances logrados por nuestra industria vidriera, México aún no produce todos los artículos susceptibles de demanda, es por ello que al mismo tiempo que se registran exportaciones, también se importan productos de vidrio de diferentes características a los exportados, sin embargo el ritmo creciente de la producción ha determinado que el valor de las importaciones disminuya, y de 24 millones de pesos que registraron las estadísticas en 1959, para 1963 dicha cifra se redujera a 21 millones.

La composición de las importaciones se incluye en el cuadro siguiente:

IMPORTACIONES MEXICANAS DE VIDRIO

(Millones de pesos)

Productos	1959	1960	1961	1962	1963
TOTAL:	24.0	25.5	20.3	17.0	20.9
Vidrio plano	12.7	13.2	11.8	8.6	9.3
Envases	5.3	5.2	2.1	1.7	2.5
Cristalería	3.7	4.5	3.6	3.8	5.7
Vidrio neutro	2.3	2.6	2.9	2.9	3.4

FUENTE: Cuadro elaborado con datos tomados de los anuarios del Comercio Exterior de México. S.I.C.

El vidrio plano que México importa es de espesor superior a los 6 mm., que no se produce en el país y en el caso del vidrio neutro encontramos que las importaciones son preferentemente de tubos y varillas de color ámbar, que tampoco se fabrican en México, otro tanto sucede con los envases y la cristalería.

Por lo que respecta a las exportaciones, éstas acusan, en el mismo período, un ritmo de incremento muy significativo, ya que pasaron de 21.1 millones de pesos en 1959 a 41.4 millones en 1963. La composición de las mismas es como lo indican las siguientes cifras:

EXPORTACION MEXICANA DE VIDRIO

(Millones de pesos)

Productos	1959	1960	1961	1962	1963
TOTAL:	21.1	24.8	29.8	39.9	41.4
Vidrio plano	5.5	6.8	9.4	17.0	16.6
Envases	12.4	12.2	13.6	14.0	13.5
Cristalería	3.4	5.3	5.4	8.5	10.3
Vidrio neutro	0.2	0.4	1.4	0.4	1.0

FUENTE: Cuadro elaborado con datos tomados de los anuarios del Comercio Exterior de México. S.I.C.

De acuerdo con los valores del cuadro anterior, la tendencia al incremento es más acusada en los rubros de vidrio plano y cristalería, los que absorben la mayor parte del incremento registrado en las ventas.

En el caso del vidrio neutro, la tendencia del aumento no es tan persistente como en los dos renglones anteriores; finalmente por lo que respecta a los envases, las exportaciones se han mantenido casi al nivel que registraron en 1959, lo que probablemente obedece a la sustitución que en ocasiones se hace de envases de vidrio por envases de plástico.

Mercados de Destino

Los mercados de destino de nuestros productos de vidrio, están limitados al Continente Americano y son principalmente y en orden decreciente de importancia, Estados Unidos de Norteamérica, Centroamérica, los países miembros de la ALALC, Venezuela y Canadá.

EXPORTACIONES MEXICANAS POR PAISES

(Miles de pesos)

Países	1959	1960	1961	1962	1963
TOTAL:	21 116	24 779	29 767	39 865	41 420
Estados Unidos	6 929	12 117	13 989	22 523	21 940
Centroamérica	12 831	9 550	10 833	14 957	17 295
ALALC	387	485	1 292	1 193	976
Venezuela	152	1 359	341	433	411
Canadá	332	156	206	204	255
Cuba	215	333	2 300	106	—
Otros	270	779	806	444	543

FUENTE: Cuadro elaborado con datos tomados de los anuarios del Comercio Exterior de México. S.I.C.

Desde 1960 los Estados Unidos de Norteamérica, han sido nuestro principal mercado para los productos de exportación de la industria vidriera, registrándose un incremento de 217% entre 1959 y 1963. Por lo que se refiere a las líneas de exportación que se destinan a ese país, encontramos que el vidrio plano participa con un 50% del total exportado, la cristalería con un 36% y el resto corresponde a los envases y al vidrio neutro.

Los países centroamericanos y especialmente Guatemala y El Salvador, son también importadores de vidrio mexicano y sus compras tienen una tendencia ascendente, ya que de 12.8 millones de pesos en 1959 pasaron a 17.3 millones en 1963, o sea el 35.2% de incremento. Los envases son el renglón que presenta mayor importancia y les corresponde el 72.8% del total exportado a Centroamérica.

Estados Unidos y Centroamérica absorben alrededor del 94% del total de las exportaciones.

Nuestras ventas a los países que integran la Asociación Latinoamericana de Libre Comercio, no muestran aumentos y por el contrario, en los dos últimos años registraron una reducción.

Entre los países de la zona, es Ecuador el cliente más constante, le siguen Colombia, Perú y Chile; en 1963 Brasil importó vidrio mexicano por un valor de 278 mil pesos.

Otros países compradores son Venezuela, que después de Ecuador es nuestro mejor cliente en Sudamérica y adquiere alrededor de medio millón de pesos al año; Canadá cuyas compras fueron por un valor promedio anual de un cuarto de millón de pesos, para el período 1959-1963.

Bolivia y Honduras Británica también son mercados a los cuales concurre nuestro vidrio.

Posibilidades de Incrementar las Exportaciones

Las posibilidades de incrementar nuestras exportaciones de vidrio y sus manufacturas dependen, tanto de las condiciones internas de producción de esta industria, como de la situación imperante en los mercados del exterior.

Por lo que se refiere a las condiciones internas, debemos señalar que existen múltiples factores favorables entre los que destacan:

a) Mayores inversiones destinadas a incrementar la capacidad de producción de la industria vidriera.
b) Diversificación en los productos de esta rama industrial.
c) Abundancia de la mayor parte de las materias primas necesarias.
d) Estímulos gubernamentales de diversa índole, tanto para incrementar la producción como para facilitar las exportaciones.
e) Exención total de gravámenes y controles a la exportación de vidrio y sus manufacturas.

Como factores externos favorables para lograr el incremento en las exportaciones mexicanas de vidrio y sus manufacturas, debemos destacar los siguientes:

a) Los Estados Unidos de Norteamérica, que como antes se dijo son el principal mercado para estos productos, realizan muy cuantiosas importaciones de ellos, las que, según el Report F.T. 110 correspondiente a 1962 ascendieron a poco más de 51 millones de dólares. Para llegar a esta cifra, se consideraron exclusivamente las fracciones arancelarias en las que figuran productos vendidos por México y se encontró, que nuestra participación en esas importaciones fue de 1.4 millones de dólares equivalente a sólo el 2.7% de la importación total.

De las cifras anteriores se desprende que el mercado americano ofrece amplias posibilidades para incrementar las ventas del producto que nos ocupa, estas posibilidades son mayores si se toma en consideración la cercanía y los múltiples medios de transporte que unen a nuestro país con los Estados Unidos.

b) Centroamérica es también un mercado al que podríamos concurrir con mayores volúmenes, ya que nuestras exportaciones cubrieron solamente el 16% de las compras que esa zona realizó en 1962, además el menor desarrollo relativo de esta industria en algunos de esos países, ofrece mayores posibilidades a nuestros productos, por último la situación geográfica es otro factor que coadyuvaría al aumento de nuestras ventas.

c) Los países miembros de la ALALC también deben de tomarse en consideración para aumentar las exportaciones de vidrio. Estos países importaron productos de vidrio por un valor de 237 millones de pesos durante 1961; la participación de México fue de sólo 1.3 millones de pesos, o sea el 0.5% del total importado. En este caso específico es necesario tener muy presente las oportunidades que el establecimiento de la Zona de Libre Comercio ofrece a los productos mexicanos.

Los principales objetivos de la Zona de Libre Comercio, son expandir y diversificar el intercambio y promover la progresiva complementación de las economías de los países miembros, objetivos que se espera alcanzar en un término no superior a doce años a partir de su iniciación. Durante este período las Partes Contratantes, eliminarán gradualmente para lo esencial de su comercio recíproco, los gravámenes y las restricciones de todo orden que incidan sobre la importación de productos originarios del territorio de cualquier país asociado.

A este respecto cabe anotar que muchos productos de la industria vidriera han sido negociados a través de los tres períodos ordinarios de sesiones de la Asociación y que algunos países han otorgado ya concesiones arancelarias. El detalle de dichas concesiones debe consultarse en la última "Lista Consolidada de Concesiones Otorgadas por las Partes Contratantes del Tratado de Montevideo" o bien, en el Comité Intersecretarial Mexicano de la Asociación Latinoamericana de Libre Comercio.

Como factor coadyuvante a la tarea de desgravación e integración económica de la Zona, se han previsto dentro del Tratado de Montevideo (Artículos 15, 16 y 17) los llamados Acuerdos de Complementación Industrial (Acuerdos Sectoriales) que son mecanismos que prevén programas especiales de liberalización o de reducción parcial de gravámenes considerando el conjunto de productos del sector. Estos acuerdos persiguen a través de una planeación industrial, la obtención de beneficios para todos los países que integran la Zona.

Finalmente y por lo que respecta a las comunicaciones debemos destacar que recientemente quedó establecida la Asociación Latinoamericana de Armadores (ALAMAR), la que ya se ha avocado a la solución de los problemas que representaban la falta de transportes regulares y el alto costo de los fletes entre México y los países sudamericanos de la ALALC.

Al margen, cabe mencionar que el gobierno mexicano en colaboración con la iniciativa privada ha integrado la empresa "Transportación Marítima Mexicana", cuyos barcos tocan ya con regularidad puertos de la América Central, de Colombia y de Ecuador y que en fecha próxima llegarán hasta Valparaíso y Santiago en la República de Chile.

Todo lo antes expuesto nos permite afirmar que el sector oficial no ha escatimado esfuerzos para incrementar las exportaciones de los productos de la industria vidriera y que toca a los empresarios de esta rama, mediante la adopción de sistemas adecuados, impulsar sus ventas, aprovechando al máximo las perspectivas que les brindan los mercados exteriores analizados en este artículo.